

**Возможности смешанного обучения в рамках курса по основам журналистики и медиаграмотности для школьников**

**Научный руководитель – Сапрыкина Дарья Игоревна**

***Кожанова Екатерина Вадимовна***

*Студент (бакалавр)*

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия

*E-mail: katya.kozhanova01@mail.ru*

**Возможности смешанного обучения в рамках курса по основам журналистики и медиаграмотности для школьников**

***Кожанова Е.В.***

*Студент*

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия*

*E-mail: katya.kozhanova01@mail.ru*

**Обоснование значимости курса**

На сегодняшний день вопросы медиапотребления детей школьного возраста, выявления уровня медиаграмотности, а также инструментов повышения медиаграмотности в рамках образовательного процесса активно обсуждаются как в медиасреде, так и в образовательном и научном пространстве [1]. Эксперты признают, что современному ребенку необходимо разбираться в том, как работают медиа, уметь отделять объективную информацию от пропагандистской, художественной, идеологической и ложной, журналистский текст от блога, рекламы и фейкньюз, а также уметь доносить до широкой аудитории свои идеи, уметь представить, над чем ты работаешь [4]. Эти навыки нужны не только школьникам, которые рассматривают обучение по профилю журналистика и медиакоммуникации, но и всем остальным, так как большинство детей активны в медиасреде и ежедневно взаимодействуют с медиаконтентом и СМИ, а также производят свой контент. Для российских детей характерно раннее знакомство с медиаконтентом, активное использование телевидения и интернета, переход медиаактивности из социальных сетей в мессенджеры [2,3,6]. Сложившаяся система пока что не позволяет внедрить дисциплины по медиаграмотности и основам коммуникации в социальных медиа, что отвечает потребностям детей в получении и развитии медианавыков [6,7], даже в рамках дополнительного образования (мы говорим про общероссийский контекст, не учитывая локальные ситуации в школах и проект «медиаклассы в московских школах», который будет запущен в 2021 году). Анализ рынка медиаобразования показал, что в России существует спектр образовательных услуг в области медиа для детей: школьные редакции, центры развития одаренности, профильные смены в лагерях летнего отдыха, курсы в онлайн-школах, однако каждый из ресурсов на данный момент имеет локальный характер и ряд недостатков, поэтому медиаграмотность остается областью роста для российского школьного образования и экономики.

**География проекта**

В работе представлен пилотный запуск курса по основам журналистики и медиаграмотности в смешанном формате. Особенность курса в том, что он частично реализовывался дистанционно, частично - очно, а также были использованы возможности социальных сетей для достижения образовательных результатов по отработке практических навыков.

Сам курс разрабатывался для пилотного запуска в рамках проекта социального взаимодействия «Улучшение качества обучения в школах Хангаласского улуса Республики

Саха (Якутия)» [8]. Проект реализуется НИУ ВШЭ совместно с ВЭБ, Фондом развития Дальнего Востока и Арктики, Министерством образования и науки Республики Саха (Якутия) и АО «ИРТех». Этот проект призван повысить образовательные результаты школьников республики. Предполагается, что создаваемая модель будет устойчивой и систему можно будет применять в других городах и регионах. Одним из направлений развития образовательного потенциала стало создание школьных редакций в школах, участвующих в проекте, и проведение занятий по повышению медиаграмотности, развитию навыков работы в медиапространстве у школьников средней и старшей школы.

### **Пилотный запуск курса**

Курс проводился в смешанном формате. В начале курса были проведены очные занятия, призванные наладить горизонтальные связи между школьниками из разных школ. На данном этапе был измерен уровень знаний о работе в медиасфере, а также субъективная оценка собственных навыков. Очный формат интенсивной работы позволил наладить коммуникацию, познакомить детей друг с другом и с преподавателями курса. Это несомненно очень важный этап, так как на эффективность курса влияет личный контакт всех участников обучения, а также национальные особенности (для Якутии характерно низкое доверие незнакомым людям). Вторая часть курса - просмотр записанных в форме интервью мини-роликов по основам работы в медиасреде и жанров журналистики. Закрепление навыков происходило через практические занятия, которые проводились с помощью инструментов социальных медиа. Например, жанр интервью отрабатывался в прямом эфире на платформе Instagram, дети проводили прямые включения и репортажи со своих занятий в школе. Данный инструмент позволил вовлечь детей в обучение, а также сделал хорошую рекламу среди других школьников и учителей, повысил интерес к нашему курсу.

Одним из неожиданных результатов курса стало улучшение образовательных результатов детей по русскому языку и литературе. Хотя этот эффект не был сформулирован в качестве предполагаемого результата обучения. Модель смешанного обучения показала свою эффективность, однако из-за пандемии мы не смогли реализовать ряд активностей, предполагавших личный контакт. Это повлияло на охват детей, а также на качество итоговых проектов, которые должны были выполняться при тесном взаимодействии с кураторами проектных групп из числа студентов по направлению «Журналистика». Однако возможности социальных сетей позволили достичь образовательных результатов и провести обучение в знакомой для детей среде.

Сам курс по основам развития навыков работы в медиапространстве может стать как основой для профессионального ориентирования, так и дисциплиной для расширения кругозора. Однако нужно понимать, что стандартная классно-урочная система не позволит достичь целей обучения, следовательно нужны новые образовательные технологии для преподавания этого курса, вовлечения детей в проблемы, возникающие в медиасреде.

Пилотный запуск показал, что курс полезен, его программа и опыт реализации в дальнейшем может быть использованы в других регионах, хотя будет требовать корректировок в наполнении программы и формате. Так, смешанный формат очных и дистанционных занятий предпочтительнее исключительно дистанционного образования, программа курса должна адаптироваться под каждый набор учеников в зависимости от результатов входного замера знаний, а создание и успешная работа школьных редакций в рамках курса возможна только при поддержке и инициативе административных органов региона.

### **Источники и литература:**

1. Вартанова Е. Л. Прорывные медиатехнологии в контексте общественного запроса // МедиаАльманах. 2017. №. 4.
2. Землянская Л., Гордеев М., Афанасьева Ю. Восстановления уровня лояльности к

рекламе в Интернете. Медиапотребление в России, 2018. М.: Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ, 2018.

3. Короткова А.А Дети. Медиапотребление 2017. М.: Институт современных медиа (MOMRI), 2018

4. Фролова Т. И., Образцова А. Ю. Медиаграмотность школьников в оценке учителей и родителей: результаты исследования // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2017. №. 4.

5. Выход из зоны комфорта: в Якутии прошло первое занятие «Академии журналистики» // Институт образования НИУ ВШЭ URL: <https://ioe.hse.ru/news/327490936.html> (дата обращения: 04.02.2020).

6. Дети. Медиапотребление. 2017. Отчет momri // cyberpsy.ru url: [http://cyberpsy.ru/articles/children\\_media\\_2017\\_momri/](http://cyberpsy.ru/articles/children_media_2017_momri/) (дата обращения: 09.03.2020).

7. Детское медиапотребление. Что интересно юной аудитории в интернете и на тв // adindex.ru url: <https://adindex.ru/news/researches/2019/03/17/270654.phtml> (дата обращения: 22.01.2020).

8. Проект социального воздействия улучшение качества обучения в школах хангаласского улуса республики Саха (Якутия) // hse.ru url: <https://ioe.hse.ru/sakha/> (дата обращения: 18.04.2020).

### Источники и литература

- 1) Вартанова Е. Л. Прорывные медиатехнологии в контексте общественного запроса // МедиаАльманах. 2017. №. 4.
- 2) Землянская Л., Гордеев М., Афанасьева Ю. Восстановления уровня лояльности к рекламе в Интернете. Медиапотребление в России, 2018. М.: Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ, 2018.
- 3) Короткова А.А Дети. Медиапотребление 2017. М.: Институт современных медиа (MOMRI), 2018
- 4) Фролова Т. И., Образцова А. Ю. Медиаграмотность школьников в оценке учителей и родителей: результаты исследования // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2017. №. 4.
- 5) Выход из зоны комфорта: в Якутии прошло первое занятие «Академии журналистики» // Институт образования НИУ ВШЭ URL: <https://ioe.hse.ru/news/327490936.html> (дата обращения: 04.02.2020).
- 6) Дети. Медиапотребление. 2017. Отчет momri // cyberpsy.ru url: [http://cyberpsy.ru/articles/children\\_media\\_2017\\_momri/](http://cyberpsy.ru/articles/children_media_2017_momri/) (дата обращения: 09.03.2020).
- 7) Детское медиапотребление. Что интересно юной аудитории в интернете и на тв // adindex.ru url: <https://adindex.ru/news/researches/2019/03/17/270654.phtml> (дата обращения: 22.01.2020).
- 8) Проект социального воздействия улучшение качества обучения в школах хангаласского улуса республики Саха (Якутия) // hse.ru url: <https://ioe.hse.ru/sakha/> (дата обращения: 18.04.2020).